

## ■ CLAVES

**¿Quién cuida el Turismo?**

**E**S CURIOSO, VER a los políticos de toda clase, partido político, Comunidad autónoma, Diputación provincial o Ayuntamiento, pavonearse, por aquí y por allá: que si a mí me vienen tantos turistas, que si a mí me dejan tanto, que si a mi palacio de congresos, que si mis hoteles, ...

Bien, sí, pero ¿quién cuida al Turismo?, esa industria, ¡sí esa industria!, una verdadera fuente de ingresos, donde el Estado y todos los nombrados más arriba, invierten poco, casi nada y de la que disfrutan



⇒ ANTONIO CABALLOS

por medio de los placeres ocultos de la estadística.

Sí, es un negocio para el país, 'un negocio húmedo', pues empapa toda las capas de la sociedad, una actividad que parece fácil, pero que es terriblemente complicada.

Nuestro país se está beneficiando de la situación que se está viviendo en la zona del Mediterráneo. Y deberíamos estar trabajando ya con pequeñas inversiones sabiamente colocadas. ¡No sin invertir un euro, porque vienen! ¿Y cuando no vengan?

No quiero ser catastrofista, las gentes del Turismo ya hace bastante que no usan el pañuelo para llorar, sino para limpiarse el sudor, de una actividad que desconocía el paro, y que también lo conoce ahora... a pesar de que aún vienen, sí vienen pero no van... por que hay que veranear en España, como dicen algunos visionarios, quizá se desploman nuestras grandes mayoristas.

Una ausencia casi total de dialogo sobre el Turismo entre políticos, técnicos o funcionarios y las gentes que lo trabajan y saben dónde y cómo se promociona (por que muchos llevamos en los mercados medio siglo)... los verdaderos técnicos del qué y del cómo.

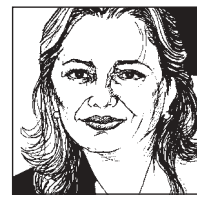
En las redes están navegando agentes de viajes aficionados, hosteleros de tapadillo, guías turísticos 'ful' y todo tipo pseudo-prestadores de servicios turísticos descontrolados. Y lo que es peor, que no pagan impuestos, y a quien nadie ni controla ni persigue, al menos como a los que sí están en dentro de la legalidad.

Y mientras tanto... ¿quién cuida el Turismo?

⇒ Antonio Caballos es presidente de honor de AEMAV.

**Una clave al tomar la decisión empresarial de dedicarse al Turismo religioso es el factor vocacional; los diferentes agentes turísticos deben ser capaces de entender y compartir las motivaciones principales de este tipo de viajeros', explica la directora y fundadora de Ruth Travel**

## TRIBUNA



⇒ MÓNICA PADROL

**El Turismo religioso, un sector en crecimiento**

**L**OS VIAJES CON una motivación religiosa son tan antiguos como la propia humanidad. Además, estos viajes religiosos o peregrinaciones no están ligados únicamente al cristianismo sino que también están arraigados en la historia y tradiciones de muchas otras culturas y religiones. En la mayoría de los casos, y en su definición estricta, el Turismo religioso es "aquel que tiene como motivación principal la fe y visitar ciudades santas o lugares sagrados que han sido objetos de peregrinaje por parte de los fieles".

En este sentido, un punto clave al tomar la decisión empresarial de dedicarse al Turismo religioso es el factor vocacional. Los diferentes agentes turísticos deben ser capaces de entender y compartir las motivaciones principales de este tipo de viajeros y ajustar el viaje a la experiencia que cada cliente espera. Una agencia de estas características debe ofrecer todos los conocimientos del sector para satisfacer las necesidades de los clientes e idear y preparar un proyecto común, a medida, que se adecue a las expectativas de cada uno.

Para ello, es fundamental trabajar al detalle todos los aspectos del viaje y gran parte de los esfuerzos deben centrarse en potenciar la vertiente cultural y didáctica. El conocimiento y la experiencia en este mercado son claves para preparar las mejores rutas a lugares santos o a sitios con una vinculación especial con el mundo litúrgico, principalmente al cristianismo, pero sin olvidar otros como el judaísmo o el hinduismo.

Así pues, no se ha de concebir un viaje como el tradicional 'paquete' turístico, sino como una auténtica experiencia para los grupos de creyentes o peregrinos que conforman el principal target de las agencias de viajes religiosos. En esencia, es importante saber acercarse a cada país a través de la religión, dado que ésta forma parte de la identidad del pueblo.

La peregrinación es uno de los formatos que más y mejor funcionan dentro del Turismo religioso. Se calcula que, en todo el mundo, se realizan una media de 250 millones de peregrinaciones al año. De éstas, un 60%-70% son cristianas: 150 millones de peregrinos se desplazan anualmente a lugares sagrados relacionados con el cristianismo. Sólo en España los destinos de peregrinación acogen alrededor de 17 millones de visitantes al año. La mayoría de los

lugares de peregrinación del cristianismo está relacionada con el culto a la Virgen. Pero la Basílica de Santiago de Compostela, con una media de más de 4,5 millones de visitantes anuales, lidera el ranking de estos desplazamientos ligados a la fe.

viajeros a adentrarse en la historia y evolución de todo aquello que se visita. De esta forma, el viajero vuelve a casa con un mayor conocimiento de aquello que se ha visitado.

El Turismo religioso abarca tanto la visita a santuarios o lugares



A este tipo de peregrinaciones se les suma otras de carácter puntual, y que también pueden incorporarse a la oferta de la empresa según la demanda existente. Es el caso de las canonizaciones, visitas a líderes religiosos o años santos, que suelen congregarse a una multitud de fieles de todo el mundo.

Ahora bien, como pasa igualmente con el Camino de Santiago, no todos los peregrinos tienen el fervor religioso como única motivación. De entre todos los viajeros, hay también quienes

simplemente están interesados en el hecho religioso en sí (o como fenómeno antropológico). Muchos deciden seguir estas rutas por el símbolo de identidad que representa, su valor cultural y la experiencia personal. Que no todos los 'viajeros religiosos' o los peregrinos son creyentes es una característica que debe tenerse muy en cuenta.

**Los principales destinos**

Como agente turístico, creo que gran parte del éxito de una agencia radica en la selección adecuada de los puntos a visitar y el grado de conocimiento, experiencia y compromiso de los guías con los viajeros. El Turismo religioso y cultural aporta una elevada dosis didáctica que invita a los

sagrados como las peregrinaciones, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas, canonizaciones, visitas a líderes religiosos, congresos eucarísticos, años santos, etc. Actualmente, tres ciudades santas siguen siendo el punto de referencia del sector. Son Jerusalén, La Meca y Roma (junto con el Vaticano). A pesar de esto, para una empresa dedicada al Turismo religioso, es importante saber especializarse y dotar a la agencia de una oferta atractiva y diferenciada. Así, los destinos con más demanda son cada vez más 'exóticos': Tierra Santa (Israel y Palestina), Uzbekistán (por la Ruta de la Seda), Jordania o Etiopía (durante su celebración de la Epifanía).

Además, existe un nuevo concepto con un gran valor en alza: el Turismo bíblico. En estos viajes se recorren países señalados en la Biblia. En muchos casos, se ha tenido que abrir nuevos mercados en zonas que estaban muy cerradas por razones políticas —como las repúblicas procedentes de la antigua Unión Soviética— o donde no había un gran interés turístico, pero sí religioso. Es el caso de la Mesopotamia turca —el Kurdistan—, Georgia o Armenia, el primer país en adoptar el cristianismo como religión oficial.

Pero como hemos dicho, es interesante no sólo contemplar el denominado Turismo religioso dentro de la tipología y oferta de viajes, sino que es interesante que, paralelamente, la agencia también sea capaz de ofrecer viajes de perfil más cultural. Algunos ejemplos serían Argentina, Vietnam o la India, expediciones que nos permiten conocer en profundidad maravillas arquitectónicas, paisajísticas o etnográficas de todo el mundo.

**El viajero religioso**

Cada expedicionario tiene una manera diferente de vivir su fe. Unos quieren participar al 100% de las ceremonias religiosas que van a presenciar, algunos compartirlas con la comunidad cristiana local y otros tan solo conocerlas como espectadores para luego añadirles a su 'mochila' espiritual. Hace falta un gran conocimiento técnico para poder adecuar cada itinerario a lo que el grupo espera de esa ceremonia, de ese lugar... En definitiva, de ese patrimonio inmaterial que cada viajero contemplará y asimilará de una manera única y personal.

En Ruth Travel, por ejemplo, trabajamos únicamente con grupos: tanto de carácter religioso, por ejemplo parroquias, como particulares. Entre los clientes más habituales se encuentran más de 50 parroquias de Cataluña y Aragón, el Arzobispado de Barcelona y los Obispos de Girona, Huesca, Terrasa o Urgell.

Según nuestra experiencia, el perfil de cliente de este sector está muy consolidado y con unas características bien definidas: el 75% de los viajeros son mujeres, mientras que el 25% restante son hombres. La media de edad es de 60 años, con un nivel cultural medio-alto, si bien cada vez también viaja más gente de 35 a 45 años.

En conclusión, el Turismo religioso es un tipo de Turismo que interesa a personas que viajan motivadas por la fe, pero también a personas que tienen un profundo interés por la fenomenología de la religión, su origen, sus liturgias, sus monumentos y su historia. Desde mi punto de vista, la cultura está muy ligada a la religión y cuenta con un atractivo muy amplio por descubrir. Es por eso que, cada vez más, el Turismo religioso se está consolidando como motor para un segmento turístico de valor añadido que está en auge.

⇒ Mónica Padrol es directora y fundadora de Ruth Travel.

**Tres ciudades santas siguen siendo el punto de referencia del sector: Jerusalén, La Meca y Roma**

**Los destinos más demandados son cada vez más exóticos, y existe un nuevo concepto en alza el Turismo bíblico**